

企業向け研修サービス市場に関する調査を実施(2017年)

— 新入社員研修を筆頭に、若手・リーダー職向けなど各種階層別研修が好調 —

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内の企業向け研修サービス市場の調査を実施した。

1. 調査期間: 2017年4月～6月
2. 調査対象: 研修サービス事業者、ユーザー企業・団体等
3. 調査方法: 当社専門研究員による直接面談、ならびに電話・e-mail 等によるヒアリング、文献調査併用

<企業向け研修サービスとは>

本調査における企業向け研修サービスとは、企業向けに研修サービス事業として提供される外部事業者における研修・教育を対象とし、自社内における自社従業員への研修・教育は含めない。なお、研修サービス子会社による、親会社またはグループ向けに実施される研修・教育サービスを含む。

【調査結果サマリー】

◆2016年度の企業向け研修サービス市場規模は前年度比2.2%増の5,080億円

2016年度の企業向け研修サービス市場規模は事業者売上高ベースで、前年度比2.2%増の5,080億円であった。新入社員研修が引き続き好調に推移したことに加え、新卒採用を拡大、積極化している多くの企業では、新入社員を教育・指導する若手社員やリーダー職に対する研修も需要が高まりを見せた。一方、新入社員研修の需要時期が集中したことから、講師や研修会場が不足気味となり、すべての需要に対応できなかった研修事業者は少なくなく、受注を調整する研修事業者も見られた。

◆大手研修事業者のeラーニングによる研修サービスの利用拡大

eラーニングによる研修サービスを注力、拡充している多くの大手研修事業では、その受講者数、利用企業数を伸ばしており、業績への貢献度も高まってきている。新たなユーザー層として、近年、人材育成、社員教育に対する意欲が高まっている中堅・中小企業からの需要を取り込めていることが伸長要因のひとつに挙げられ、なかでも、店舗運営を行うサービス事業者や、全国規模で事業所を展開している企業、地方に拠点を構える企業など、社員が一堂に会する集合研修の実施が困難な企業に対する有効な研修手法として需要は高まっている。

◆資料体裁

資料名: 「企業向け研修サービス市場の実態と展望 2017」
 発刊日: 2017年6月30日
 体裁: A4版 637頁
 定価: 120,000円(税別)

◆株式会社 矢野経済研究所

所在地: 東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長: 水越 孝

設立: 1958年3月 年間レポート発刊: 約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL: 03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1.市場概況と予測

企業向け研修サービスは、新入社員や中堅社員、管理職向けの階層別研修や、営業や技術系社員向けの業務内容別研修、海外赴任などのための語学研修、PCスキルなどのIT系研修、資格取得を目的とした研修などの従来からの研修サービスに加え、対人スキル、モチベーション向上のための自己啓発を目的とする研修なども行われている。2016年度の国内の企業向け研修サービス市場規模は事業者売上高ベースで、前年度比2.2%増の5,080億円であった。

2016年度は、新入社員研修が引き続き好調に推移したことに加え、新卒採用を拡大、積極化している多くの企業では、新入社員を教育・指導する先輩社員(3~4年在職の若手社員)やリーダー職に対する研修需要も高まりを見せた。また、新入社員研修を契機に、これまで社員教育や人材育成になかなか注力することが難しかった、中堅・中小企業からの新入社員研修以外の研修サービス需要にも繋がっており、ユーザー企業開拓への効果も現れている。

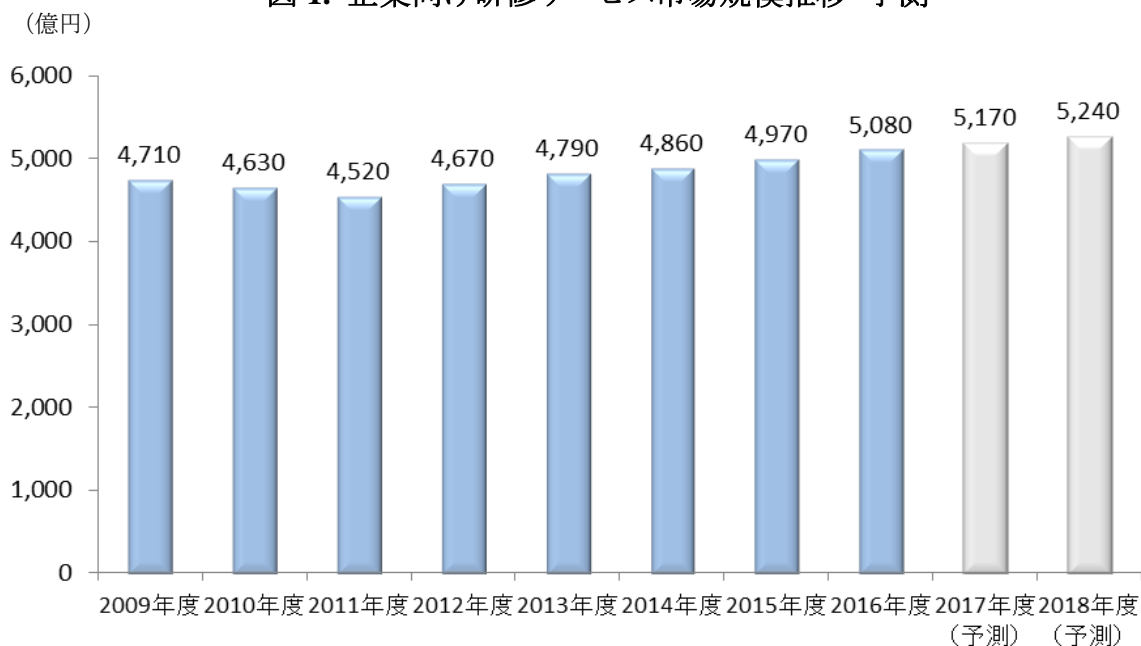
こうした中堅・中小企業の多くでは、経営幹部や幹部候補者の育成が課題となっており、上層部を対象にした階層別プログラムも好調に推移した。

一方、新入社員研修の需要が4月~5月に集中したことから、講師や研修会場が不足気味となり、すべての需要に対応できなかった研修事業者は少なくなく、受注を調整する研修事業者も見られた。

2017年度は、引き続き新入社員研修が好調であり、中堅・中小企業の研修サービス利用の拡大等が寄与し、市場は引き続き拡大するものと見られる。中堅・中小企業からの研修サービス利用は、とくに公開セミナーやeラーニングなどで提供される定額制が好調である。

また、ユーザー企業ごとの個別の課題に対する研修需要も高まっている。セミナーなどの公開講座の利用企業がカスタマイズプログラムを求める傾向も顕著となり、高単価サービスと定額制などの低価格サービスの二分化の動きが見られ始めている。こうしたなか、定額制や低価格帯の研修サービスの需要は拡大するものの、講師・研修会場の需給逼迫などによって伸長率はやや鈍化し、2017年度の市場規模は前年度比1.8%増の5,170億円を予測する。

図1. 企業向け研修サービス市場規模推移・予測



矢野経済研究所推計

注1. 事業者売上高ベース

注2. 2017年度以降は予測値

2. 注目すべき動向

2-1. 「働き方改革」関連をテーマとする研修ニーズの急拡大

企業向け研修サービス市場において、ここ数年では女性の活躍推進や、多様な人材を積極的に活用するダイバーシティに関連する研修テーマが注目され、集客は好調であったが、昨今では、働き方改革に関する研修テーマに関心が集まっている。労働生産性の改善を図るべく政府が推進していることもさることながら、過度な長時間労働や残業が社会問題化したことなどを背景に、働き方改革に関連する研修プログラムを拡充する研修事業者が多く見られた。新たにプログラムを開発するほか、これまでの女性活躍推進やダイバーシティといったテーマを包括する、または、既存のプログラムの中で、生産性や組織力の向上、マネジメントスキルに関するプログラムなどを働き方改革に沿った内容に再編するなど、研修事業者各社とも需要取り込みに向けた対応が急務となっており、ユーザー企業の新たな課題に対して、いかにソリューションを供給できるか、研修事業者にとってビジネスチャンスとなっている。

2-2. 利用拡大にある eラーニングによる研修サービス

eラーニングによる研修サービスを注力、拡充している多くの大手研修事業者では、その受講者数、利用企業数を伸ばしており、業績への貢献度も高まってきている。新たなユーザー層として、近年、人材育成、社員教育に対する意欲が高まっている中堅・中小企業からの需要を取り込めていることが伸長要因のひとつに挙げられ、なかでも、店舗運営を行うサービス事業者や、全国規模で事業所を展開している企業、地方に拠点を構える企業など、社員が一堂に会する集合研修の実施が困難な企業に対する有効な研修手法として需要が高まっている。

さらに、スマートフォンなどの携帯端末を活用したモバイル eラーニングによる研修サービスも活況化している。デスク上の PC で行う eラーニング形式の研修からの単なる代替ではなく、集合研修の前に、移動中などの隙間時間を利用して、モバイル端末で事前学習を行い、研修当日は知識習得ではなく、実践的な実技演習などを行うことでより研修効果を高めることを目的にしている。さらに、集合研修後や、次の研修までの自主的な反復学習のツールとしても活用されており、集合研修を補完する利便性の高い学習手段として注目されている。

モバイル eラーニングは、集合研修や従来の PC 上での eラーニングでの受講に不向きな業種・職種の企業に対し、研修サービスの提供機会を創出することで、ユーザー企業の開拓や獲得、リピート需要に寄与する有効な手段と位置付けている研修事業者も少なくない。今後、研修事業者、ユーザー企業の双方に有益なモバイル eラーニングをはじめ、更なる研修効果の向上に向けて、研修・学習スタイルの多様化が進むことが予想される。